

2019 NOORD-NEDERLANDSE INNOVATIEMONITOR

DEELRAPPORT MAATSCHAPPELIJKE ORIËNTATIE VAN HET NOORD-NEDERLANDSE MKB

DR. T.L.J. (THIJS) BROEKHUIZEN
DR. E.M. (ERZSI) MEERSTRA-DE HAAN



rijksuniversiteit
groningen



SNN

SAMENWERKINGSVERBAND
NOORD-NEDERLAND

2019 NOORD-NEDERLANDSE INNOVATIEMONITOR

Rapport:

Maatschappelijke oriëntatie van het Noord-Nederlandse mkb

Dr. T.L.J. (Thijs) Broekhuizen

Dr. E.M. (Erzsi) Meerstra-de Haan



rijksuniversiteit
 groningen



SNN

SAMENWERKINGSVERBAND
NOORD-NEDERLAND

Strategische partners Noord-Nederlandse Innovatiemonitor 2019



PNO

wateralliance



NOM
INVESTING IN DEVELOPMENT

V N O N C W
NOORD



SAMENWERKING
NOORD

koninklijke
metaalunie



Rijksdienst voor Ondernemend
Nederland

INLEIDING

NOORD-NEDERLANDSE INNOVATIEMONITOR

Dit rapport is opgesteld in het kader van het project Noord-Nederlandse Innovatiemonitor dat is geïnitieerd door het expertisecentrum VinCi van de Rijksuniversiteit Groningen en het Samenwerkingsverband Noord-Nederland (SNN). Daarnaast zijn TCNN, NOM, PNO Consultants, MKB-Noord, VNO-NCW Noord, de Water Alliance, het Octrooicentrum Nederland en de Metaalunie bij dit initiatief betrokken als strategische partners. De beoogde doelstelling is om de innovatieactiviteiten, investeringen en prestaties van bedrijven uit Noord-Nederland in kaart te brengen.

De Innovatiemonitor kent een hoofdrapport dat jaarlijks wordt gepubliceerd. In het hoofdrapport worden de ontwikkelingen van de belangrijkste indicatoren gepresenteerd. U kunt het hoofdrapport van de Noord-Nederlandse Innovatiemonitor 2019 [hier](#) terugvinden. Daarnaast worden er jaarlijks voor een aantal specifieke thema's deelonderzoeken uitgevoerd. In dit deelrapport worden de uitkomsten van het deelonderzoek over de maatschappelijke oriëntatie van het Noord-Nederlandse mkb gepresenteerd.

ONDERZOEKSMETHODE

In maart 2019 zijn 5935 Noord-Nederlandse bedrijven via e-mail uitgenodigd om deel te nemen aan de Noord-Nederlandse Innovatiemonitor 2019. Deze bedrijven behoren allen tot het midden- en kleinbedrijf (mkb) in Noord-Nederland. In totaal hebben 436 Noord-Nederlandse bedrijven de vragenlijst substantieel ingevuld. Van deze bedrijven hebben 118 ook in 2018 deelgenomen aan de monitor.

DOELSTELLING RAPPORT

Dit deelrapport beschrijft in welke mate het Noord-Nederlandse mkb probeert in te spelen op maatschappelijke uitdagingen door middel van innovatie. Het rapport gaat hierbij dieper in op de factoren die de maatschappelijke oriëntatie van bedrijven bepalen. Daarnaast wordt het effect onderzocht van de maatschappelijke oriëntatie op het innovatievermogen van mkb'ers. Ten slotte schetst dit rapport de ontwikkeling van de maatschappelijke oriëntatie door de tijd heen.

OVERZICHT BELANGRIJKSTE BEVINDINGEN

- Het noordelijk mkb is niet sterk maatschappelijk georiënteerd. Het merendeel van de ondernemers geeft weinig tot middelmatige aandacht aan het inspelen op maatschappelijke uitdagingen.
- Van de verschillende maatschappelijke uitdagingen leggen de Noordelijke ondernemers de meeste nadruk op gezondheid/welzijn en duurzaamheid, en minder nadruk op het aanbieden van schoon water en verantwoord voedsel.
- Het is lastig om te bepalen welke factoren de maatschappelijke oriëntatie van ondernemers bepalen; de maatschappelijke oriëntatie van mkb'ers wordt niet sterk bepaald door leeftijd, grootte, en positie in de innovatiepiramide. Wel speelt de sector waarin ze actief zijn een belangrijke rol.

- Bedrijven in sectoren die een sterke ecologische footprint hebben (zoals de bouwsector) zijn sterker maatschappelijk-georiënteerd dan bedrijven in sectoren met een kleinere ecologische footprint (zoals de dienstensector, zakelijke dienstverlening en ICT).
- Startende bedrijven hebben een sterkere maatschappelijke oriëntatie dan oude bedrijven op het gebied van voedselzekerheid, duurzame landbouw en bio-economie.
- Maatschappelijk-georiënteerde bedrijven bevinden zich vooral in clusters nabij de steden. Er is geen duidelijke toename in maatschappelijke oriëntatie voor de regio tussen 2016 en 2019.
- Maatschappelijke oriëntatie heeft een invloed op de innovatiekracht van ondernemers; een sterkere oriëntatie leidt tot meer milieu-innovaties maar tot minder procesinnovaties. In het realiseren van milieu-innovaties blijken mkb'ers dus meer aandacht te geven aan het verbeteren van de ecologische footprint, en richten zij zich hierdoor minder sterk op efficiëntieverbeteringen.

BELEIDSAANBEVELINGEN EN TOEKOMSTIG ONDERZOEK

De analyses laten zien dat mkb'ers in 2019 potentieel in zich hebben in het adresseren van maatschappelijke problemen. Een nadere analyse, die een vergelijking maakt tussen de resultaten van 2016 tot 2019, toont dat de maatschappelijke oriëntatie van de mkb'ers niet is toegenomen. Ondanks de toegenomen aandacht voor duurzaamheid en maatschappelijk ondernemen, is het Noordelijke mkb zich in de afgelopen jaren niet sterker gaan richten op het adresseren van maatschappelijke uitdagingen met behulp van innovatieve oplossingen.

Wel heeft maatschappelijke oriëntatie een positief effect. Maatschappelijke oriëntatie helpt mkb'ers om sterker te innoveren op het ecologische vlak. De resultaten laten zien dat wanneer mkb'ers zich sterker bewust zijn van de maatschappelijke uitdagingen, dat ze dan ook vaker milieu-innovaties introduceren. Bewustwording van de maatschappelijke problemen en het benadrukken van de maatschappelijke uitdagingen dragen bij aan de capaciteit van mkb'ers om met innovatieve oplossingen te komen voor maatschappelijke uitdagingen. Het gebruik van subsidies blijkt een effectief middel te zijn bij het stimuleren van een belangrijk maatschappelijk innovatiedoel: milieu-innovaties. Beleidsmakers kunnen de impact op het milieu indirect verbeteren door het stimuleren van de maatschappelijke betrokkenheid van het mkb.

Tot nu toe is er nog weinig zicht op welke bedrijven maatschappelijk betrokken zijn en wat mkb'ers drijft om maatschappelijke uitdagingen aan te gaan. Er is meer onderzoek nodig om te ontdekken welke kenmerken en motivaties van ondernemers ten grondslag liggen aan het wel of niet willen en kunnen inspelen op maatschappelijke relevante vraagstukken. In de innovatiemonitor van 2020 wordt daarom meer aandacht besteed aan de sociale verantwoordelijkheid van ondernemers. De resultaten van de innovatiemonitor zullen meer inzicht geven in welke factoren en motivaties leiden tot maatschappelijke oriëntatie. Ook kunnen dan aanbevelingen worden gedaan omtrent het al dan niet inzetten van subsidies of andere beleidsinstrumenten in het faciliteren en stimuleren van maatschappelijk ondernemen.

MAATSCHAPPELIJKE ORIËNTATIE VAN NOORD-NEDERLANDSE MKB

De maatschappelijke oriëntatie van de Noord-Nederlandse mkb'ers is in kaart gebracht door middel van de volgende vraag:

In welke mate tracht uw bedrijf met innovatieactiviteiten in te spelen op maatschappelijke uitdagingen?

Deze vraag is voor vier verschillende maatschappelijke uitdagingen gesteld:

- **Gezondheid, demografie en welzijn:** het omgaan met demografische verandering en het toegankelijk en betaalbaar houden van de gezondheidszorg;
- **Voedselzekerheid, duurzame landbouw, en bio economie:** het garanderen van een toereikende voorziening van veilige, gezonde, en kwalitatief hoogstaande voeding en andere producten van biologische oorsprong;
- **Zekere, schone, en efficiënte energie:** de transitie naar een betrouwbaar, duurzaam en concurrerend energiesysteem;
- **Schone, veilige watervoorziening:** de beschikbaarheid van voldoende water, om waterzuivering en om hergebruik van energie en grondstoffen uit afvalwater.

Per maatschappelijke uitdaging hebben de ondernemers aangegeven of ze (1 = niet; 2 = weinig; 3 = middelmatig; 4 = veel) aandacht besteden aan het inspelen op de betreffende uitdaging. Tabel 1 geeft de gemiddelde score per maatschappelijke uitdaging weer gerangschikt op de mate van aandacht in 2019. Met gemiddelde scores die dicht tegen de 2 aanliggen, geven ondernemers aan dat ze niet sterk maatschappelijk georiënteerd zijn. De ondernemers leggen de meeste nadruk op de uitdagingen omtrent zekere, schone en efficiënte energie (2,35) en gezondheid, demografie en welzijn (2,24). Beduidend minder aandacht is er voor voedselzekerheid, duurzame landbouw en bio-economie (1,88) en schone, veilige watervoorziening (1,78).

De verschillen zijn klein tussen 2016 en 2019 (zie tabel 1). Voor elke maatschappelijke uitdaging is er geen significante toename of afname.

Maatschappelijke uitdaging	2016	2019
Zekere, schone en efficiënte energie	2,29	2,35
Gezondheid, demografie en welzijn	2,03	2,24
Voedselzekerheid, duurzame landbouw en bio economie	1,95	1,88
Schone, veilige watervoorziening	1,77	1,78

Tabel 1: gemiddelde aandachtsscores per maatschappelijke uitdaging

WELKE BEDRIJVEN SCOREN HOOG OP MAATSCHAPPELIJKE ORIËNTATIE?

Vervolgens is gekeken naar de verschillen in maatschappelijke oriëntatie tussen diverse groepen ondernemers. In tabel 2 zijn de gemiddelde scores van de vier maatschappelijke uitdagingen te zien voor de verschillende bedrijfsleeftijden. Startende ondernemingen wijken significant af van oude bedrijven op gebied van voedselzekerheid, duurzame landbouw en bio-economie, maar over het geheel is er weinig variatie te zien tussen de verschillende leeftijdsgroepen. Dit is opvallend omdat de maatschappelijke uitdagingen relatief jonge problemen zijn. De uitdagingen krijgen nagenoeg evenveel aandacht van langer bestaande bedrijven.

	Gezondheid, demografie en welzijn	Voedselzekerheid, duurzame landbouw en bio economie	Zekere, schone en efficiënte energie	Schone, veilige watervoorziening
Startend	2,33	2,39 ^a	2,56	2,11
Jong	2,09	2,11	2,50	1,92
Adolescent	2,35	1,84	2,41	1,73
Oud	2,24	1,80 ^b	2,29	1,74

Tabel 2: Maatschappelijke oriëntatie per bedrijfsleeftijd

^a Scores verschillen significant van ^b scores, maar niet van scores zonder superscript.

Ook de verschillen tussen mkb-bedrijven van verschillende omvang is onderzocht. In tabel 3 lijkt het dat middelgrote ondernemingen (minder dan 250 werknemers) relatief hoger scoren op het gebied van maatschappelijke oriëntatie ten opzichte van micro (minder dan 10 werknemers) en kleine (minder dan 100 werknemers) bedrijven, maar deze verschillen zijn niet significant.

	Gezondheid, demografie en welzijn	Voedselzekerheid, duurzame landbouw en bio economie	Zekere, schone en efficiënte energie	Schone, veilige watervoorziening
Micro	2,25	1,98	2,25	1,77
Klein	2,16	1,75	2,50	1,92
Middelgroot	2,67	1,86	2,67	1,76

Tabel 3: Maatschappelijke oriëntatie per bedrijfsgrootte

In tabel 4 zijn de maatschappelijke oriëntatiescores per sector weergegeven. Bouwnijverheid en de industrie, landbouw, bosbouw en visserij scoren significant hoger op schone energie dan mkb'ers actief in Informatie en communicatie. De groep mkb'ers actief in Advies, onderzoek en zakelijke dienstverlening scoren hoger dan vier andere sectoren op het gebied van schone, veilige watervoorziening. Ook al lijken de scores van logies-, maaltijd- en drankverstrekking erg hoog op het gebied van gezondheid, demografie en welzijn, voedselzekerheid, en schone energie en schone watervoorziening, de verschillen zijn niet significant met de andere industrieën doordat er veel variatie is binnen deze groep.

	Gezondheid, demografie en welzijn	Voedselzekerheid, duurzame landbouw en bio economie	Zekere, schone en efficiënte energie	Schone, veilige watervoorziening
Advies, onderzoek en zakelijke dienstverlening	2,15	2,10 ^a	2,41 ^a	2,17 ^a
Bouwnijverheid	2,60	1,80	2,90 ^a	1,90
Dienstverlening	2,59	1,93	2,21	1,59 ^b
Groot- en detailhandel	2,11	1,97	2,35	1,65 ^b
Industrie, landbouw, bosbouw en visserij	2,16	1,75	2,39 ^a	1,64 ^b
Informatie en communicatie	2,18	1,47 ^b	1,82 ^b	1,35 ^b
Logies-, maaltijd- en drankverstrekking	2,33	2,33	3,00	2,33
Verhuur, vervoer en opslag	2,23	1,85	2,38	1,85

Tabel 4: Maatschappelijke oriëntatie per sector

^a Scores verschillen significant van ^b scores, maar niet van scores zonder superscript.

De verschillen in de maatschappelijke oriëntatie van de groepen uit de innovatiepiramide worden vergeleken in tabel 5. De toepassers en koplopers lijken de hoogste scores te hebben voor de verschillende aspecten van maatschappelijke oriëntatie, maar de verschillen tussen de scores van de vijf groepen wijken niet significant van elkaar af. Er lijkt dus geen samenhang tussen de verschillende lagen in de piramide en de mate van 'maatschappelijk oriëntatie'.

	Gezondheid, demografie en welzijn	Voedselzekerheid, duurzame landbouw en bio economie	Zekere, schone en efficiënte energie	Schone, veilige watervoorziening
Koploper	2,23	1,96	2,36	1,83
Toepasser	2,50	2,38	2,38	1,87
Ontwikkelaar	1,88	1,50	2,31	1,50
Volger	2,17	1,76	2,32	1,78
Non-innovator	1,60	1,10	2,30	1,40

Tabel 5: Maatschappelijke oriëntatie per innovatie-categorie

MAATSCHAPPELIJKE ORIËNTATIE EN INNOVATIE

Welke invloed heeft maatschappelijke oriëntatie op de innovatiekracht van mkb'ers? Aan de hand van drie regressieanalyses is er gekeken naar welke impact de maatschappelijke oriëntatie van mkb'ers heeft op het introduceren van milieu-innovaties, productinnovaties en procesinnovaties. De resultaten van deze regressieanalyses worden in tabel 6 gepresenteerd.

	Milieu-innovatie		Productinnovatie		Procesinnovatie	
	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5	Model 6
Intercept	.088	-.045	.660	.541	.992	.523
Maatschappelijke oriëntatie	.285	.282	.059	.057	-.036	-.043
O&O investering	-.006	-.006	.004	.004	-.006	-.003
Innovatie-subsidies	.015	.015	.001	.001	.003	.003
Samenwerking	-.098	-.092	.060	.064	.046	.039
Bedrijfsgrootte		-.019		-.023		.213
Bedrijfsleeftijd		.046		.029		.076
Stedelijkheid		-.002		.013		-.051
Aantal bedrijven	241	236	241	236		236
R ²	81.5%	81.6%	13.8%	14.3%		14.1%

Tabel 6: Resultaten regressieanalyse voor drie types innovatie (significantie op 5%-niveau)

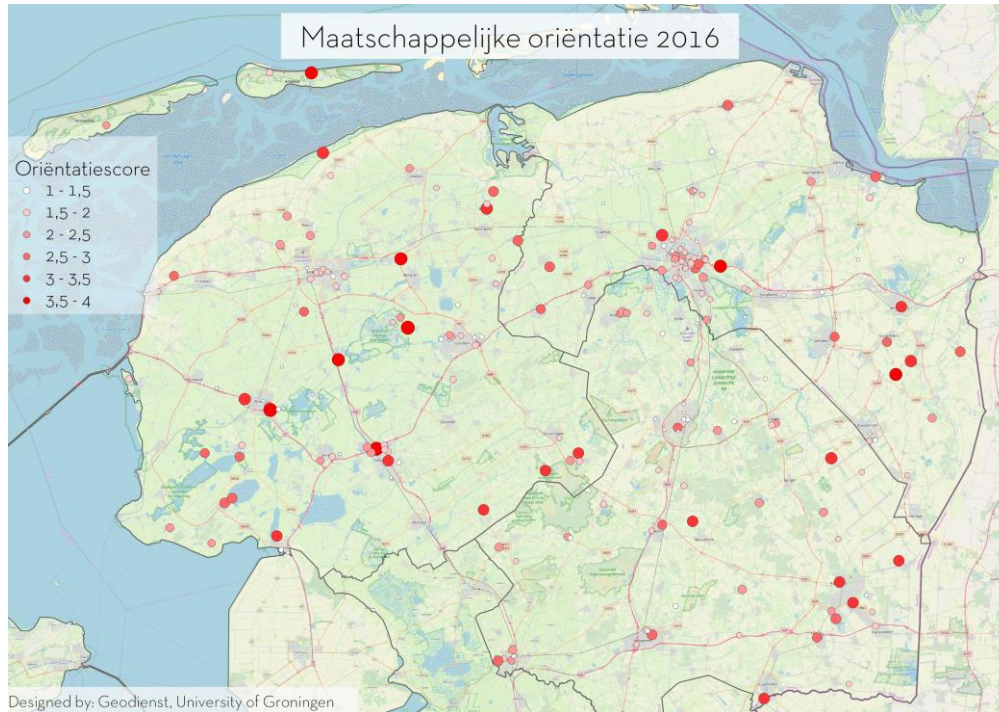
Uit de analyses blijkt dat de hoogte van de maatschappelijke oriëntatie (o.b.v. het gemiddelde van de vier uitdagingen) sterk bijdraagt aan het realiseren van milieu-innovaties. Wanneer mkb'ers een hogere maatschappelijke oriëntatie hebben, zullen zij dus eerder milieu-innovaties ontwikkelen.

Tegelijkertijd valt een negatief verband op tussen maatschappelijke oriëntatie en procesinnovatie (zie Model 5). Wanneer ondernemers een sterkere maatschappelijke oriëntatie hebben, dan zijn ze minder geneigd om procesinnovaties door te voeren. Het inspelen op maatschappelijke uitdagingen gaat dus niet (meteen) gepaard met efficiëntere processen. Uit bestaand onderzoek weten we dat de invulling van de maatschappelijke oriëntatie in eerste instantie gericht is op het behalen van deze maatschappelijke doelen (het leveren van toegevoegde waarde voor de klant); pas later zullen de processen geoptimaliseerd worden (het verbeteren van de efficiëntie voor de organisatie).

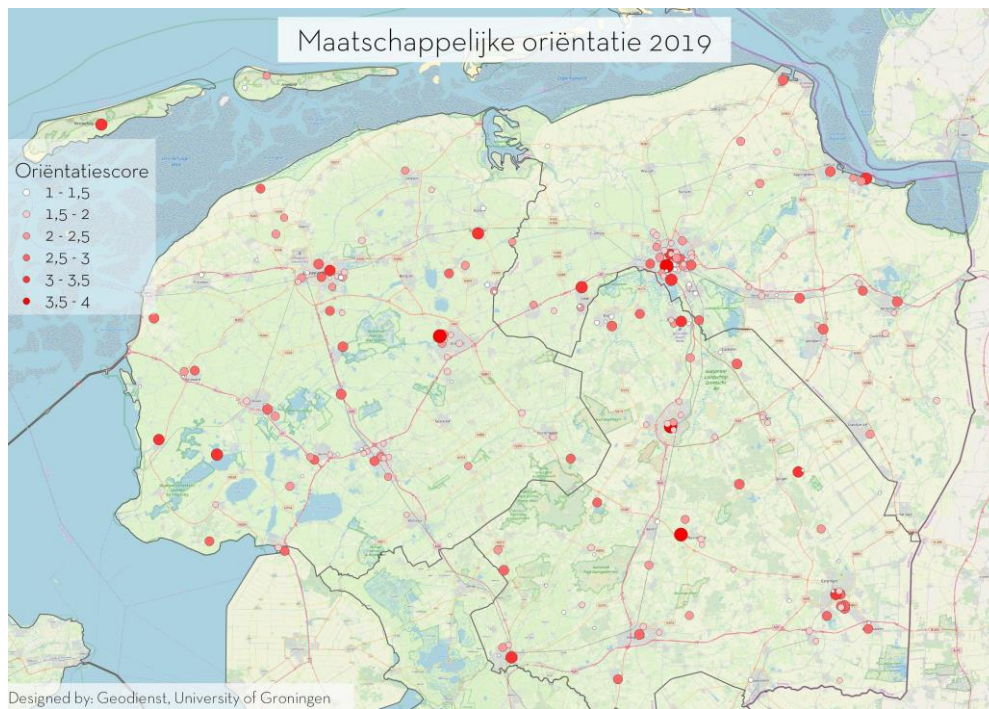
Het positieve verband tussen innovatiesubsidies en de drie soorten innovaties is al eerder gevonden in de resultaten van de innovatiemonitor, maar het bevestigt de effectiviteit van deze subsidies. De innovatiesubsidies leiden effectief tot meer milieu-, proces-, en productinnovaties (zie Model 2, 4 en 6). Innovatiesubsidies zorgen dat er extra mogelijkheden (financiële ondersteuning) en extra aandacht besteed worden aan het realiseren van deze innovaties.

ONTWIKKELING MAATSCHAPPELIJKE ORIËNTATIE

Oriënteren de Noordelijke mkb'ers zich door de jaren sterker op de maatschappelijke uitdagingen? En waar bevinden zich de clusters die sterk maatschappelijk georiënteerd zijn? Figuur 1 en 2 laten zien waar zich de bedrijven bevonden in 2016 en 2019.

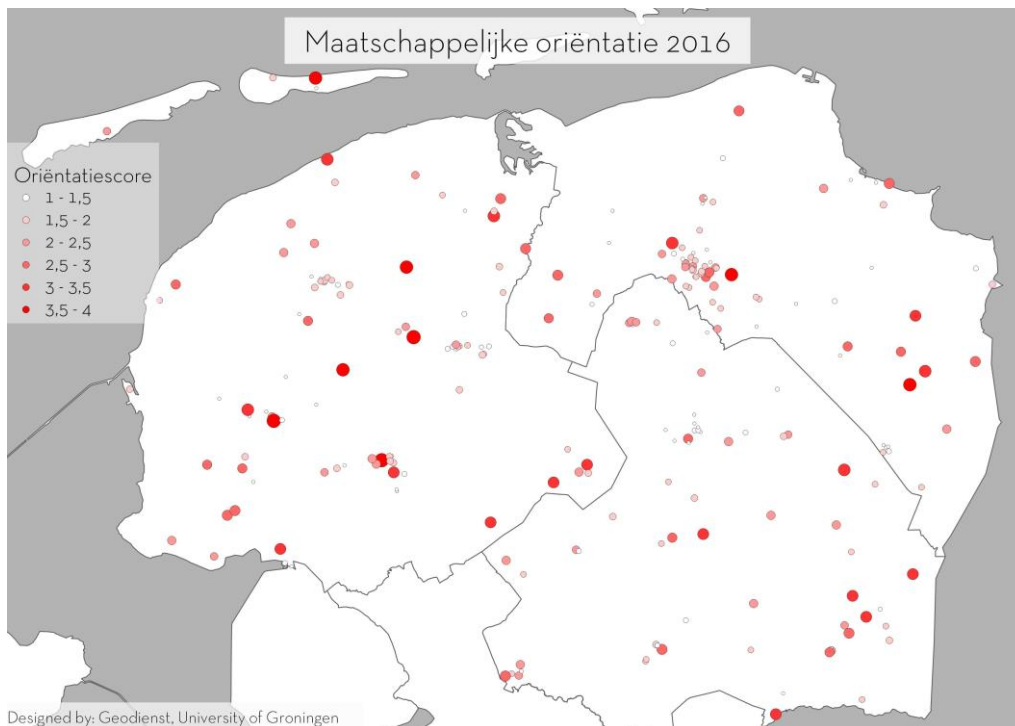


Figuur 1: Geografische kaart maatschappelijke oriëntatie per 2016

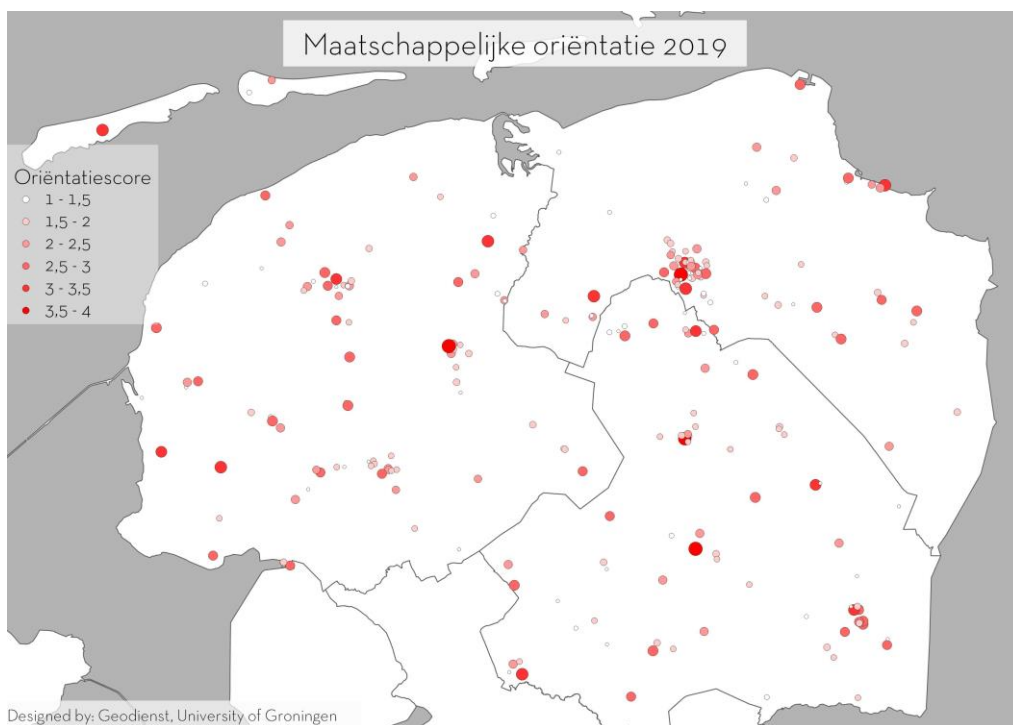


Figuur 2: Geografische kaart maatschappelijke oriëntatie per 2019

Bedrijven met een maatschappelijke oriëntatie bevinden zich vaak in clusters nabij de steden van Groningen, Leeuwarden, Heerenveen, Delfzijl, Veendam, Assen en Emmen. De vergelijking tussen 2016 en 2019 toont geen duidelijke toename in de overall mate van maatschappelijke oriëntatie bij de Noordelijke mkb'er. De Figuren 3 en 4 tonen dezelfde scores op een kleurloze kaart.



Figuur 3: Geografische kaart maatschappelijke oriëntatie per 2016



Figuur 4: Geografische kaart maatschappelijke oriëntatie per 2019

Tabel 7 laat het percentage van de mkb'ers zien met een sterke oriëntatie (score '4') naar maatschappelijke uitdaging. De uitdagingen rondom energie en duurzame landbouw krijgen meer aandacht van de mkb'ers, maar de verschillen zijn wederom klein.

Maatschappelijke uitdaging	2016	2019
Zekere, schone en efficiënte energie	20,2%	23,3%
Gezondheid, demografie en welzijn	18,3%	15,4%
Voedselzekerheid, duurzame landbouw en bio economie	21,7%	22,9%
Schone, veilige watervoorziening	9,7%	8,4%

Tabel 7: percentage mkb'ers dat veel aandacht heeft voor uitdaging